

GRACIAS



Hemos llegado al final de los módulos. Durante 8 semanas he ido desgranando la teoría discursiva del **Método BRAVO**. A estas alturas tendrás tu discurso elaborado siguiendo las directrices y herramientas que te he ido contando vídeo tras vídeo. No obstante, aunque todavía no lo hayas terminado, ya tienes lo más valioso, el conocimiento y las claves para hablar en público cuando surja la ocasión. Mucha de la información que has ido aprendiendo en este tiempo la podrás usar en tu día a día.

Deseo de corazón que el curso te haya resultado útil. También espero que disfrutes de los **BONUS** que completarán la formación y con los que ahondarán más sobre ciertas temáticas que hemos ido desgranando. Te recuerdo que tienes **dos años**, desde la compra, para seguir repasando y visionando los módulos tantas veces como necesites.

A continuación, como despedida, te hago un breve resumen con alguna de las claves que no debes olvidar. Ha sido un verdadero placer tenerte semana tras semana entre mi alumnado. **Deseo que tus discursos y tu vida brillen ¡GRACIAS!**

Recuerda que la **Bienvenida** tiene un destacado peso específico en tu discurso, respuesta o alegación, por varios motivos. El primero de ellos está relacionado con el denominado efecto de primacía, que explica cómo los primeros elementos de un listado son mejor recordados que los del medio de la lista. Si tu comienzo va a ser más y mejor recordado, y además va a poner a tu audiencia a favor, o en contra, necesitas que sea imbatible. Con total seguridad, y aunque no te proclames como uno de los damnificados por el miedo escénico, tus nervios alcanzarán el punto más álgido en el estreno de tu presentación. Cualquiera que “sobreviva” a los primeros tres minutos hablando en público suele experimentar un descenso de los nervios a medida que transcurre el tiempo.

Error de principiante

Ya sabes que si quieras parecer poco profesional en tu discurso, debes (sí, has leído bien), debes comenzar con una de estas cuatro fórmulas:

- 1. BUENO**
- 2. PUES**
- 3. UN POCO**
- 4. PALMADA**

Durante el módulo de Bienvenida explicaba varias formas de comenzar a hablar de una forma brillante para generar confianza en tu audiencia desde el primer minuto. ¿Las recuerdas? Si tienes alguna duda vuelve a visionar los vídeos.

Recuerda... "**Si eres uno más eres uno menos**".

Durante el módulo de la R de Reconocimiento hablamos de la importancia de estos tres tipos:

Reconocimiento a tu temática. Te comenté que para hablar con criterio sobre algo debías “empaparte” todo lo que pudieras: antecedentes, consecuencias, soluciones alternativas, etc. Cuanto más sepas, más sencillo será seleccionar y elegir los argumentos para exponer tu punto de vista único e irrepetible. Vuelve a repasar las siguientes preguntas: ¿quién es hoy un referente en ella? ¿Qué persona te viene a la cabeza cuando piensas en ese tema? Seguro que ya no te surge el menor titubeo en tus respuestas.

Reconocimiento a ti mismo. ¿Por qué es importante reconocerse a la hora de hablar en público? Porque como sabes tu comportamiento responde al concepto que tienes de ti, es decir, que tus acciones están condicionadas por la idea inicial que tienes sobre tu persona y, por tanto, las palabras que usas también lo estarán. Puede que en un inicio pensaras que esto no era tan relevante; ahora ya sabes que las palabras que eliges tienen un profundo impacto en tu influencia, y afectan de manera significativa el resultado.

Reconocimiento a tu audiencia. Reconocer al público su atención y presencia (también si es a distancia o en una grabación), antes incluso de entregar valor y presentar la oferta de tu producto, servicio o idea es fundamental. Como te comenté, debes honrar la atención de tu audiencia. No hay nada tan poderoso como agradecer de antemano lo que deseas que suceda para que, precisamente, suceda. Si el tiempo es oro, la atención debe ser diamante.

"Toda persona tiene la necesidad de ser reconocida por los demás"

William James

La **Autoridad**, como el liderazgo, tiene un componente importante de fenómeno relacional, es decir, que no puedes imponerla: debe ser concedida por parte de la audiencia. Lo que debes hacer es aprovechar la oportunidad para demostrarla, teniendo en cuenta que, en todo caso, será la audiencia quien la otorgue.

Autoridad en tu temática

No olvides que la autoridad, en el Método BRAVO, es sinónimo de credibilidad, y puede lograrse a través de dos vías distintas: el lenguaje verbal, es decir, las palabras que empleas para transmitirla; y el lenguaje no verbal, lo que dice tu cuerpo y tu voz al respecto de esas palabras. Dos vías que, si bien pueden convencer por separado, tienen un fortísimo efecto si actúan conjuntamente. Eso sí, nadie creerá una sola palabra de tu boca si tu cuerpo y tu voz no la acompañan.

Autoridad a través del comportamiento no verbal (CNV)

¿Cómo hacer que nuestro comportamiento no verbal juegue en nuestro favor? ¿Cómo puedo transmitir emociones positivas, de seguridad y de aplomo empleando mi cuerpo? Durante el módulo te he mostrado cómo responder a las preguntas. Vuelve a visionar el vídeo si fuera necesario. Repasa conceptos y escribe tus ideas. Recuerda que la más suave de las tintas es más fuerte que la más fuerte de las memorias.

"Si no puedes resumir tu idea en diez palabras no tienes idea".

Seth Godin

El valor del mensaje

No olvides que para diseñar el mensaje principal que aporte Valor a tu discurso tendrás que hacer acopio de todos tus conocimientos. **ACOPIO** es el acrónimo clave que te revelará cómo configurarlo:»

A – Acción: mensaje orientado a que algo suceda.

C – Claridad: que todo el mundo pueda entenderlo.

O – Objetivo: diseña tu mensaje con un fin en mente.

P – Precisión: tu credibilidad depende del rigor del mensaje.

I – Interesante: ¿por qué debe escucharte tu cliente?

O – Oportuno: considera el contexto de tu mensaje y adáptalo a él.

El valor de la estructura

El proceso de estructurar un discurso o exposición tiene dos fases. Una fase de **SELECCIÓN** y recopilación de ideas que refrenden el mensaje principal y una segunda fase de **ORDENACIÓN** en la que se decidirá la disposición de las mismas. Recuerda que un patrón de ordenación es una referencia, una guía, para que tus clientes no se pierdan con la exposición de contenidos. Y desde luego para que no te pierdas tú al enumerarlos. El propio Método BRAVO es como sabes un patrón de ordenación de discurso. Obviamente es uno de mis favoritos ¡espero que se convierta en uno de los tuyos!

El poder de una buena historia: storytelling

Como dicen James Carville y Paul Begala, dos de los spin doctors (relaciones públicas en política) de la Casa Blanca: *“Si no comunicas con historias, no comunicas. Los hechos hablan, pero las historias venden”*. Y venden por una razón muy sencilla. Como te comenté en el módulo siete, los relatos reducen la complejidad de nuestro mundo y nos presentan una realidad mucho más sencilla de abarcar y comprender... Aunque no sea del todo cierta.

"Valor es lo que se necesita para levantarse y hablar pero también es lo que se requiere para sentarse y escuchar".

Winston Churchill

Y llegamos a la **O de Ovación**, que analizamos en el módulo octavo del presente curso. El término de tu presentación debe contener una conclusión deslumbrante, impactante y aspiracional. Lo que quise compartir contigo en la conclusión era cómo concebir un final apoteósico que irremediablemente condujera a una colosal Ovación. Una clausura tan salvaje, tan inusitadamente brillante y tan poco aséptica que arrancase el aplauso.

Algunas de las fórmulas colofón que comenté eran las siguientes:

1. El cierre tricolon. Te darías cuenta de la fuerza que tiene este número en retórica. Si no lo conocías, ahora lo verás por todos lados: “Limpia, fija y da esplendor”. Recuerda que esta figura consiste en establecer correspondencia entre tres términos y sirve para reforzar argumentaciones, lo cual puede ayudarnos a lograr un cierre rotundo y contundente.

2. Repetición del enunciado. Aquel célebre “I have a dream” (“tengo un sueño”) es un ejemplo extraordinario. Te aconsejaba concluir tu presentación repitiendo las ideas más importantes.

3. Cierre emocional. Recuerda que debes procurar la conexión emocional a lo largo de tu exposición y buscar un cierre que provoque una explosión de emociones en tus audiencia.

"Tal vez puedes conseguir que te aplaudan, pero solo te recordarán si generas un efecto ...¡Wow!".

